***ACCEDA GRATIS** a la Lectura en la Nube*

[+] Siga estas instrucciones para poder visualizar el libro en la Nube de la Lectura

[+] Diríjase a la página web de la editorial https://editorial.tirant.com/es/mispromociones

[+] En la web vaya a *Mi cuenta*

[+] Introduzca su mail y contraseña, si todavía no está registrado debe registrarse

[+] Tras registrarse vaya a *Mi cuenta* y una vez identificado seleccione *Mis promociones* e inserte el código oculto en esta página para activar la promoción

CÓDIGO PROMOCIONAL



RASQUE PARA VISUALIZAR

La visualización del libro en **NUBE DE LECTURA** excluye los usos bibliotecarios y públicos que puedan poner el archivo electrónico a disposición de una comunidad de lectores. Se permite tan solo un uso individual y privado

No se admitirá la devolución de este libro si el código promocional ha sido manipulado

DESAFÍOS FEMINISTAS

Temas y tramas para pensar en un mundo en crisis

Debe aparecer Asunción Bernárdez Rodal (Ed.)
como editora libro

COMITÉ CIENTÍFICO DE LA EDITORIAL TIRANT HUMANIDADES

Manuel Asensi Pérez
Catedrático de Teoría de la Literatura y de la Literatura Comparada
Universitat de València

Ramón Cotarelo
Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia

Mª Teresa Echenique Elizondo
Catedrática de Lengua Española
Universitat de València

Juan Manuel Fernández Soria
Catedrático de Teoría e Historia de la Educación
Universitat de València

Pablo Oñate Rubalcaba
Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València

Joan Romero
Catedrático de Geografía Humana
Universitat de València

Juan José Tamayo
Director de la Cátedra de Teología y Ciencias de las Religiones
Universidad Carlos III de Madrid

Procedimiento de selección de originales, ver página web:

www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales

DESAFÍOS FEMINISTAS

Temas y tramas para pensar en un mundo en crisis

El grupo de autoras debe ir alfabetizado: están mal puestas Susana Carro y Yanna Franco

ASUNCIÓN BERNÁRDEZ-RODAL
ROSA COBO
ELENA GALLEGO ABAROA
BEATRIZ MONCÓ REBOLLO
IGNACIO MORENO SEGARRA
GRACIELA PADILLA CASTILLO
ITZIAR PASCUAL
LUÍSA POSADA KUBISSA
SUSANA CARRO FERNÁNDEZ
ROXANA POPELKA SOSA SÁNCHEZ
ISABEL TAJAHUERCE ÁNGEL
YANNA FRANCO



instifem

tirant humanidades

Valencia, 2020

Copyright ® 2020

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades publicará la pertinente corrección en la página web www.tirant.com.

© AA.VV

© TIRANT HUMANIDADES
EDITA: TIRANT HUMANIDADES
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia
TELFS.: 96/361 00 48 - 50
FAX: 96/369 41 51
Email:tlb@tirant.com
www.tirant.com
Librería virtual: www.tirant.es
DEPÓSITO LEGAL: V-
ISBN: 978-84-1815-513-0
IMPRIME:
MAQUETA: Tink Factoría de Color

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: *atencioncliente@tirant.com*. En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en *www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa* nuestro procedimiento de quejas.

Responsabilidad Social Corporativa: http://www.tirant.net/Docs/RSCTirant.pdf

Índice

Presentación 11

CULTURAS DIGITALES. LUCHAS POLÍTICAS Y GUERRAS DE REPRESENTACIÓN EN EL CONTEXTO DEL 8 DE MARZO EN EL ESTADO ESPAÑOL (2018-2019)
Asunción Bernárdez Rodal

1. Introducción 11
2. Atención: alta densidad simbólica 13
3. Los éxitos de las movilizaciones feministas 14
4. Redes sociales y participación política 20
5. El antifeminismo vs el activismo feminista en red 23
6. Conclusiones 25

Bibliografía 26

DISCURSOS OCULTOS DE LA PORNOGRAFÍA
Rosa Cobo

1. Introducción 29
2. El discurso sobre las mujeres del porno 31
3. Pactos de silencio/Pactos patriarcales 34
4. Emblema de la violencia sexual 36
5. Pornografía en red 38

Bibliografía 41

ECONOMÍA EN PERSPECTIVA DE GÉNERO
Elena Gallego Abaroa

1. Introducción 43
2. Mujeres economistas siglos XIX y XX 45
    - 2.1. Autoras cuyas aportaciones se produjeron a lo largo del siglo XIX 46
    - 2.2. Autoras cuyas aportaciones se produjeron a lo largo del siglo XX 50
3. Economía y Feminismos 53
4. Conclusiones 55
5. Retratos de las autoras 56

Bibliografía 59

MATERNIDADES ACTUALES Y FEMINISMO: UN ANÁLISIS DESDE LA ANTROPOLOGÍA DEL GÉNERO

Beatriz Moncó

1. Introducción: la maternidad como construcción cultural 61
2. Maternidad y maternidades desde el feminismo.. 63
3. Maternidades actuales: la complejización de los modelos 69
Bibliografía 76

PATRIARCADO PULP Y FEMINISMO GÓTICO: RELATOS DE CRISIS Y FEMINIDAD DE LAS HERMANAS BRONTË A "BIG LITTLE LIES"

Ignacio Moreno Segarra

Dice "sombre" en lugar de sombra en punto 3

1. Introducción 79
2. La primera literatura gótica: creando a la heroína pasiva........................ 80
3. La literatura gótica femenina contemporánea: bajo la sombre de Rebeca... 84
4. Del gótico suburbano al *domestic noir* 93
5. Conclusión 101
Bibliografía 102

VIOLENCIA DE GÉNERO COMO DELITO DE ODIO EN LAS REDES SOCIALES

Graciela Padilla Castillo

1. Introducción 107
2. Los delitos de odio en la legislación europea 108
3. Los delitos de odio en la legislación española.. 114
4. Fijar reglas para la elaboración de los atestados 119
5. Los delitos de odio, todavía más grandes, en las redes sociales............... 123
   5.1. Conociendo los límites de Facebook 126
   5.2. Conociendo los límites de Instagram 128
   5.3. Conociendo los límites de Twitter.. 130
6. Formas concretas de violencia de género como delito de odio en redes sociales... 131
7. Conclusiones 135
Bibliografía 136

TRES PERSONAJES FEMENINOS, TRES VIOLENCIAS TRÁGICAS: ANTÍGONA, ISMENE, EURÍDICE

Itziar Pascual

1. Introducción 139
2. Una eterna reescritura... 141
3. Antígona, humana 145

4. Una maternidad doliente y rota 149
5. Una honda paradoja 151
6. Aún hoy, ¿tragedia? 154
7. Conclusiones 156
Bibliografía 157

SUJETO Y TEORÍA FEMINISTA. EN DIÁLOGO CON SEGATO, MOUFFE Y PRECIADO

Luisa Posada Kubissa

1. Introducción: el debate feminista sobre el sujeto 159
2. En diálogo con tres propuestas actuales 162
   2.1. Rita Laura Segato: una propuesta comunitarista decolonial 162
      2.1.1. Chantal Mouffe: "posiciones de sujeto" y democracia radical 165

Estos puntos son 2.2 y 2.3. He incluido en el texto la corrección

      2.1.2. Paul B. Preciado: deconstrucción queer y ficción "somatico-política" 170
3. Para unas breves conclusiones 175
Bibliografía 176

LA CONSTRUCCIÓN DEL AMOR DE MADRE: LAS NUEVAS REPRESENTACIONES DE LA MATERNIDAD EN EL COLECTIVO OFFMOTHERS

Susana Carro Fernández
Roxana Popelka Sosa Sánchez

1. Introducción 179
2. La construcción sociocultural de la maternidad 181
3. La idealización de la maternidad 183
4. Deconstrucción del amor de madre 185
5. El colectivo *Offmothers*: nuevas representaciones y experiencias sobre la maternidad 187
   5.1. Pájaros en la cabeza 188
   5.2. Animales domésticos 190
   5.3. Acordamos un viaje perfecto y Casa Tomada 192
      5.3.1. Acordamos un viaje perfecto 193
      5.3.2. Casa tomada 193
6. A modo de conclusión 194
Bibliografía 195

VIOLENCIAS CONTRA LAS MUJERES EN EL SIGLO XXI

Isabel Tajahuerce-Ángel
Yanna G. Franco

1. Introducción 197
2. La socialización en el miedo al otro, el sexismo y la creencia de un mundo justo, y su influencia en la percepción de la violencia machista 199
3. Violencia de género y suicidio: víctimas invisibles entre las invisibles.... 201
4. El papel de los medios de comunicación en la percepción de la violencia de género y de sus víctimas 203
5. La violencia sexual contra las mujeres: naturalizada, ignorada y no prioritaria en las políticas públicas 205
   5.1. El debate de la "libertad sexual" para justificar la prostitución 206
   5.2. La violencia contra las mujeres en la pornografía 207
   5.3. La violencia del alquiler de los vientres de las mujeres 208
6. Reflexiones finales 210
Bibliografía 210

PRESENTACIÓN

Los textos que componen este libro son un ejemplo de lo que son en la actualidad los Estudios Feministas y de Género: un campo de análisis con una metodología específica, aplicable a cualquier objeto cultural.

El grupo de investigadoras e investigadores que componemos el Grupo Interdisciplinar en Estudios Feministas de la Universidad Complutense de Madrid, tenemos una cosa en común: hemos aprendido a analizar los textos de cultura teniendo como objetivo, entender cómo se construyen los materiales simbólicos respecto a las diferencias de sexo y de género. O lo que es lo es lo mismo: estudiar cómo el sistema ideológico se estructura en categoría binarias de representación, en las que se legitima las prácticas sociales de desigualdad. Lo más potente de este sistema cultural es que, además, esas diferencias se vuelven imperceptibles, se perciben como "naturales", devolviéndonos una maravillosa imagen de que el mundo es perfecto como es.

Pero la teoría y la crítica feminista desconfía, sospecha de esa ideología y esa ciencia que ignora, no sólo las diferencias, sino también las desigualdades. Cuando hacemos crítica desde la disciplina que sea, somos conscientes de que los modelos de género no están sólo en el mundo de las ideas, sino en la vida material y en la mente y en los cuerpos de la gente. Por eso, las investigadoras en feminismo y género, en principio, no nos dedicamos a la política en un sentido restrictivo, pero nuestro fin último es cambiar el mundo para que sea más justo e igualitario. Y lo hacemos desde la universidad, desde nuestras investigaciones, convencidas, convencidos, de que el análisis debe ser el primer paso para la acción.

En este libro encontraréis textos que aplican la metodología feminista para analizar distintos objetos. O mejor dicho, distintas res-puestas a problemas y experiencias de la actualidad social. En ellos

Lo siento, aquí me equivoqué y se ha abierto un espacio

hablamos de redes sociales, de economía, de maternidad, de cultura *mainstream*, de teatro, de performance, pero también de pro-blemas de teoría feminista, de prostitución o de las formas de entender la violencia. Cada texto es parte de la visión poliédrica de una realidad desigual que sigue existiendo en la vida material y simbólica de nuestras sociedades.

Pensar el mundo es hacerlo presente. Investigar por qué se produce y cómo se mantiene la desigualdad, es no resignarnos a que las injusticias sigan existiendo.

CULTURAS DIGITALES. LUCHAS POLÍTICAS Y GUERRAS DE REPRESENTACIÓN EN EL CONTEXTO DEL 8 DE MARZO EN EL ESTADO ESPAÑOL (2018-2019)[1]

Asunción Bernárdez Rodal
Universidad Complutense. Instituto de Investigaciones Feministas
https://www.ucm.es/asbernar/
asbernar@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

Las teóricas que trabajamos analizando distintos aspectos de los medios de comunicación nos enfrentamos desde hace dos años a un desafío: determinar si el éxito de las movilizaciones feministas en muchos países en torno al 8 de marzo (2018 y 2019) suponen o no un cambio radical respecto al reparto del poder entre hombres y mujeres en la esfera pública o en la vida privada.

La pregunta es si ese éxito conseguido no sólo en las calles, sino también en los medios y redes sociales se corresponden con una posibilidad de cambio real en la vida de las mujeres, o si más bien estamos asistiendo a la construcción de unas "identidades políticas iconizadas", utilizando la terminología de Segato (2016: 16). Es decir, si las manifestaciones forman parte de un espectáculo mediático que no altera para nada la dicotomía público/privado, que sigue siendo uno de los pilares ideológicos que mantiene a las mujeres alejadas del

1 Este trabajo ha sido realizado con el soporte del Proyecto I+D convocatoria de Excelencia: *Produsage cultural en redes sociales: industria, consumo popular y alfabetización audiovisual de la juventud española con perspectiva de género.* (2018-2021)

poder. La sospecha es que estas movilizaciones y acciones sean engullidas por la maquinaria ideológica del capitalismo actual, que no crea auténtica ciudadanía, sino consumidores. La tragedia para el feminismo sería que su único correlato en la sociedad de consumo, sea la forma de miles de camisetas con lemas feministas que hayan podido vender multinacionales como Zara o Mango.

Esta pregunta (cuya respuesta veremos en un futuro no muy lejano), se convierte también en una hipótesis sobre cómo podemos entender la relación planteada entre las nuevas formas de comunicación (redes sociales) y las luchas feministas (Mendes, J. A. 2015). En estos momentos estamos muy lejos del ambiente positivo y optimista de finales de los años 90 del siglo XX, cuando el "ciberfeminismo" echó las campanas al vuelo anunciando que, por fin, las mujeres tendríamos las mismas herramientas comunicativas que los hombres por primera vez en la historia, y que esto sería suficiente para hacer avanzar la igualdad y la justicia en el mundo (Wajcman, 2004). Hoy en día, las mujeres usan tanto las redes e Internet como lo hacen los hombres, sin embargo, las diferencias de poder (tanto "duro" como "blando"[2]), siguen funcionando de forma muy eficaz en la vida pública, pero también en la privada (Bernárdez-Rodal y López Priego, 2019).

En definitiva, es preocupante que este éxito se produzca, de forma anómala, al mismo tiempo que aumentan los discursos ultraconservadores en el mundo, que extienden un discurso moral basado en la necesidad, una vez más, de controlar los cuerpos de las mujeres (kunst, et alt. 2018). Lo cierto es que las reivindicaciones por la igualdad se han encontrado en las redes, y eso ha alterado la forma de relacionarse personal y grupalmente, y eso está suponiendo una revolución imparable. Sin embargo, la misoginia sigue existiéndose y consigue alcanzar una gran densidad en las redes sociales, en las que las mujeres están presentes, pero también son acosadas con una gran facilidad.

---

2 "Poder blando" es un concepto utilizado por Joseph Nye para definir el poder que tienen los estados sobre la ciudadanía usando los productos culturales. Desarrolló el concepto en 1990 en su libro *Soft Power: The Means to Success in Word Politics.*

2. ATENCIÓN: ALTA DENSIDAD SIMBÓLICA

Nos hemos acostumbrado a pensar que las actividades y gentes exitosas son las que aparecen en los medios. Creemos que si algo llega a traspasar la barrera de lo público, la batalla está ganada. Hace algunos años, cuando las estéticas posmodernas producían lemas del tipo: "las guerras en la actualidad son simbólicas, y se libran en los medios de comunicación" eran ideas que nos gustaban porque acertaban con una dimensión de la realidad: para constituirnos en comunidad, tenemos que poder reconocernos en un espacio público. Pero ésta es sólo una verdad a medias. En los últimos tiempos vemos que, aunque un problema sea visto en el mundo entero y llegue a "tocar" los corazones de la gente, eso no aporta ninguna solución.

Y es que venimos de una fantasía de poder público asociado a la visualidad que tuvo su gran éxito en la Guerra del Vietnam (1955-75), la primera guerra transmitida a través de la televisión, que produjo una enorme movilización pública, y creó una gran euforia respecto a lo que puede hacer la comunicación masiva al conseguir que la gente, con sus protestas, parara la guerra en Estados Unidos. En los últimos años, asociadas a la redes sociales, también se han producido grandes movilizaciones como la Primavera Árabe, Occupy Wall Street, Indignados etcétera. Sin embargo, el resultado no es el mismo que la Guerra de Vietnam: hoy en día la mayoría de la gente que propició esa revolución sigue padeciendo la guerra y la represión, y los poderes más duros y represivos siguen dominando el espectro político. La realidad es que hoy, el "ver" los conflictos, ya no nos moviliza. Uno de los ejemplos más dramáticos lo tenemos en la crisis de refugiados que seguimos viendo en el Mediterráneo. En septiembre de 2015, la imagen del niño de tres años, Nilufer Demir, ahogado en una playa turca, inundó nuestras pantallas y levantó una oleada de protestas a través de las redes sociales. Cuatro años después, la tragedia continua. Vivimos hiperconectados, pero también profundamente inermes.

¿También en las luchas feministas hemos llegado a creernos que la simple apropiación del espacio mediático y digital es suficiente pa-

ra cambiar una realidad desigual y discriminatoria? ¿Estamos siendo deslumbradas por el destello que produce el gran esfuerzo que han hecho las mujeres en los últimos años por alcanzar visibilidad en los medios públicos?

3. LOS ÉXITOS DE LAS MOVILIZACIONES FEMINISTAS

El 8 y 9 de marzo de 2018 y 2019 la prensa internacional se hizo eco de la espectacular movilización feminista en las calles de la mayoría de las ciudades españolas, con titulares como "International Women's Day: 'Million' join Spain strike" (*BBC*), "C'est déjà une victoire" (*Le Monde*), "Spanish women hold nationwide strike against inequality and macho culture" (*Reuters*), "More than 5m join Spain's 'feminist strike', unions say" (*The Guardian*)[3]. Recogían así el éxito de la primera huelga feminista de 24 horas en España que movilizó, según los sindicatos UGT y Comisiones Obrera a 5,3 millones de personas en el conjunto del país en un paro que —subrayaron— no ha tenido precedentes en la historia del movimiento sindical en España[4].

---

3 "International Women's Day: 'Million' join Spain Strike" (2018, marzo 8). Recuperado de http://www.bbc.com/news/world-europe-43324406; Morel, S. (2018, marzo 8). "En Espagne, les femmes font grève pour 'arrêter le monde'". *Le Monde*. Recuperado de http://www.lemonde.fr/europe/article/2018/03/08/en-espagne-les-femmes-font-greve-pour-arreter-le-monde_5267305_3214.html. "Spanish women hold nationwide strike against inequality and macho culture" (2018, marzo 8). Recuperado de https://uk.reuters.com/article/us-womens-day-spain/spanish-women-hold-nationwide-strike-against-inequality-and-macho-culture-idUKKCN1GK2F9. Jones, S. (2018, marzo 8). "More than 5m join Spain's feminist strike', unions say". Recuperado de https://www.theguardian.com/world/2018/mar/08/spanish-women-give-up-work-for-a-day-in-first-feminist-strike

4 Rodríguez, G. (2018, marzo 8). "5,3 millones de personas han hecho huelga en todo el Estado". *El Nacional*. Recuperado de https://www.elnacional.cat/es/sociedad/5-millones-movilizaciones-huelga-8m-espana-feminismo_246126_102.html

Mujeres de todas las edades, clases sociales, orientaciones sexuales, nacionalidades, etcétera, se unieron en una huelga educativa, de cuidados, laboral y de consumo. Como recogía el manifiesto del 8M elaborado por la comisión organizadora, se trataba de decir: "¡Basta ante todas las violencias que nos atraviesan![5]". También la prensa nacional como los diarios *Público* y *El País*[6] señalaron la convocatoria de 2018 como "la más feminista de la historia". ¿Qué estaba marcando la diferencia respecto a años anteriores? ¿Qué explica este éxito?

El Manifiesto del 8M lo relaciona con las luchas anteriores de otras generaciones ya que "España goza de una larga genealogía de mujeres activistas, sufragistas y sindicalistas: las que trajeron la Segunda República, las que lucharon en la Guerra Civil, las que combatieron al colonialismo y las que fueron parte de las luchas antiimperialistas". Pero es evidente que las grandes movilizaciones han sido posible gracias al uso de las redes sociales. A través de ellas, el feminismo ha redefinido sus estrategias de visibilidad y lucha política, y las han convertido en su principal instrumento de comunicación, tanto para dar a conocer la propia historia del movimiento y sus teorías, como para denunciar situaciones de violencia y dominación patriarcal que exceden las fronteras políticas y territoriales.

Los ejemplos no son escasos. Desde el año 2012, en India se vienen repitiendo las protestas contra la violencia sexual que sufren las mujeres: solo en Nueva Delhi, se interpone una denuncia por violación cada 18 horas. En Argentina, en 2015 se contabilizaron 286 feminicidios. De media, una mujer fue asesinada cada 31 horas, según

---

5 "Manifiesto 8M". Recuperado de http://hacialahuelgafeminista.org/manifiesto-8m/

6 "¿Por qué la huelga feminista del 8 de marzo es diferente a todas las demás?". (2018, febrero 25). *Público.* Recuperado de http://www.publico.es/sociedad/8m-huelga-feminista-8-marzo-diferente.html, Coronado, N. (2018, marzo 4). "El 8-M más feminista y 50 mujeres influyentes: por qué unas harán huelga y otras no". *El Español*. Recuperado de https://www.elespanol.com/reportajes/20180304/feminista-mujeres-influyentes-haran-huelga-no/289221432_0.html

la organización no gubernamental La Casa del Encuentro[7]. De la indignación por estas cifras nació el movimiento "Ni una menos", que, a través de las redes sociales y *hashtags* como #NosotrasParamos, #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos, movilizó, entre 2015 y 2016, a miles de personas dentro y fuera del continente latinoamericano. También en Polonia, miles de mujeres, inspiradas en el primer paro feminista de la historia, convocado en Islandia, en 1975, paralizaron el país en una huelga que resultó determinante contra la intención del Gobierno de prohibir el aborto. Esa jornada reivindicativa del 3 de octubre de 2016, ha pasado a conocerse como el "lunes negro" ya que las manifestantes iban vestidas de ese color portando pancartas con lemas como *My body, my choice* ("Mi cuerpo, mi elección"). También en EE UU, la indignación de mucha gente inundó las calles de Washington el 21 de enero de 2017 contra la actitud misógina y el programa político ultraconservador del entonces recién investido 45º presidente, Donald Trump. La Marcha de las Mujeres (Women's March), fue una protesta insólita con réplicas en más de medio centenar de ciudades de todo el mundo y que movilizó entre 1,5 y 2 millones de personas[8].

En España, el precedente nacional más importante antes del 8M de 2018 fue el "Tren de la Libertad", un movimiento que nació a raíz del intento de reformar la Ley del aborto en el año 2013 por parte del Gobierno del Partido Popular. La defensa de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres convocó el 1 de febrero de 2014 a miles de mujeres de todas las edades, clases sociales e ideologías en la que algunos medios describieron como la "mayor manifestación feminista de la historia de España" registrada hasta entonces, y el el Gobierno del Partido Popular se vio obligado a retirar el anteproyecto de ley. Las protestas no dejaron de sucederse y de crecer en todo

---

7 "Informes de Femicidios en Argentina". Recuperado de http://www.lacasadelencuentro.org/femicidios.html

8 Ayuso, S. (2017, enero 22). "Una inmensa multitud clama contra Trump en Estados Unidos". *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/01/21/estados_unidos/1485009994_849896.html

el mundo. Bautizado por los medios como el "año de las mujeres"[9], 2017 visibilizó la militancia feminista. Mujeres de todas las edades salieron en masa a la calle, convocadas a través de las redes sociales, para reivindicar derechos y denunciar desigualdades, violencias de todo tipo, machismos y micromachismos. Los lemas y *hashtags* que la organización argentina "Ni una menos" había utilizado para alentar las movilizaciones de 2016 sirvieron de gancho también para las manifestaciones del 8 de marzo de 2017, que incluyeron una novedad: una llamada mundial a una huelga de empleo, cuidados y consumo.

A nivel internacional, los reportajes de *The New York Times* y *The New Yorker*[10] destaparon, en el mes de octubre, el acoso y los abusos sexuales a actrices que se escondían bajo la alfombra roja de Hollywood, pero lo que le dio un alcance mundial fue la denuncia que prendió en las redes sociales bajo el *hashtag* #MeToo. A esto hay que añadir un clima de opinión favorable al feminismo, alimentado, en los últimos años, por estrellas de la industria del cine, como Emma Watson, Scarlett Johannsson o Jessica Chastain; cantantes, como Beyoncée, o figuras de la industria de la moda, como Karl Lagerlfeld. Por su notoriedad mediática, sus discurso llegan a millones de mujeres en todo el mundo.

---

9 Cañal, Á. (2017, diciembre 27): "El año de las mujeres". *eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/ano-mujeres_6_723087711.html; García-Zarza, I. (2018, enero 2). "Por qué 2017 ha sido el año de las mujeres". *El Mundo.* Suplemento *Yo Dona*. Recuperado de http://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2018/01/02/5a3ce27eca4741f25d8b4588.html; "2017: el año que fue de las mujeres" (2017, diciembre 25). *Vogue*. Recuperado de http://www.vogue.es/living/articulos/movimiento-feminista-2017-denucias-acoso-hollywood-diversidad/32366

10 Kantor, J. y Twohey, M. (2017, octubre 5). "Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades". *The New York Times*. Recuperado de https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html; Farrow, R. (2017, octubre 23). "From Agressive Overtures to Sexual Assault: Harvey Weinstein's Accusers Tell Their Stories". *The New Yorker*. Recuperado de https://www.newyorker.com/news/news-desk/from-aggressive-overtures-to-sexual-assault-harvey-weinsteins-accusers-tell-their-stories

Pero no hay que olvidar el plano nacional y local. El éxito de la huelga del 8M de 2018, que se desarrolló bajo el lema "Si nosotras paramos, se para el mundo" fue el resultado del compromiso, la lucha por la igualdad y el trabajo constante que mantienen las asociaciones y colectivos de mujeres repartidas a lo largo y ancho del país, a las que se sumó el respaldo de los sindicatos Confederación General del Trabajo (CGT), la Confederación Nacional del Trabajo (CNT) y la Confederación Intersindical. De acuerdo con las crónicas de la web hacialahuelgafeminista.org, "cientos de mujeres de todo el Estado", coordinadas por una Comisión Feminista de Huelga 8M, trabajaron para trasladar a nivel local y regional una convocatoria que había nacido, primero, a nivel nacional e internacional. El objetivo era que "aterrizase en cada uno de ellos y que se organizase de modo local, comarcal o como mejor se adaptase a las particularidades de cada uno"[11]. Y se consiguió: "desde la base", a través de un movimiento que carece de estructuras, personal liberado, financiadores y partidos, […] un feminismo autónomo, horizontal y descentralizado, como destaca la economista, feminista y activista Amaya Pérez Orozco[12]. En este contexto tan diverso, el apoyo de muchas periodistas en sus respectivos medios de comunicación fue muy importante.

Aunque las coberturas informativas fueron dispares[13], desde el 21 de febrero, la convocatoria de la primera huelga de mujeres de 24 horas tuvo una repercusión notable tanto en la prensa como por parte de grupos audiovisuales privados, como A3Media y Mediaset. Esto y el hecho de que más de 8.000 mujeres periodistas[14] decidieran secundar el paro y suscribir el manifiesto #LasPeriodistasParamos[15], que,

---

11 "Crónicas. Así se tejió el #8M en #Alicante". (2018, marzo 23). Recuperado de https://hacialahuelgafeminista.org

12 *Íbidem*.

13 "8M. Cobertura de la huelga feminista en los telediarios de TVE". Consejo de Informativos de TVE. Recuperado de http://extra.rtve.es/cinftve/COBERTURA_TVE_8M.pdf

14 "Más de 8.000 mujeres firman nuestro manifiesto para el 8M". Recuperado de https://lasperiodistasparamos.wordpress.com/

15 *Íbidem*.

además, fue *trending topic* en Twitter durante varios días seguidos, previos al 8M, fueron sin duda relevantes[16] en una jornada que no tiene parangón en la historia de los movimientos sociales y del sindicalismo. Y ocurrió mientras algunos dirigentes políticos basculaban entre el apoyo expreso, el rechazo o el escepticismo. Fueron estas dos actitudes las que mostró, por ejemplo, el Partido Popular (PP) en el Gobierno de España en el poder desde el año 2011. Este partido tachó en un primer momento, la convocatoria de la huelga de "elitista", porque —adujo— solo podían apoyarla aquellas personas con empleo. También la calificó de "insolidaria", acusando a la organización de querer romper el modelo de sociedad occidental y de promover el "enfrentamiento entre hombres y mujeres". Junto al PP, también se negó a secundar este paro internacional de mujeres su principal apoyo en el Gobierno, Ciudadanos, que esgrimió que la huelga tenía intencionalidad política y reivindicaba el "anticapitalismo"[17].

Por otra parte, tanto el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) como Podemos se mostraron a favor de la huelga, pero con diferencias: mientras los socialistas solo se sumaron a los paros parciales de dos horas convocados por los dos sindicatos mayoritarios Comisiones Obreras (CC OO) la Unión General de Trabajadores (UGT), Podemos apoyó la huelga integral, de 24 horas, convocada por la CNT[18].

El 8M en España fue una huelga femenina sin precedentes. Se secundó en las calles, pero también en las redes, donde los hashtags

---

16 Larrañeta, A. (2018, marzo 9). "España se subió el 8M a la cresta de la cuarta ola feminista: la que reivindica la igualdad de oportunidades". *20 Minutos*. Recuperado de https://www.20minutos.es/noticia/3283551/0/espana-cresta-ola-feminista-igualdad-oportunidades-mujeres/

17 "Feminismo dispar en los partidos". (2018, marzo 7) *El Periódico*. Recuperado de https://www.elperiodico.com/es/politica/20180307/feminismo-partidos-politicos-dia-mujer-trabajadora-6672695

18 "[Huelga 8M] CNT: La Huelga Feminista de 24 horas es legal". (2018, marzo 1). Recuperado de http://www.cnt.es/noticias/huelga-8m-cnt-la-huelga-feminista-de-24-horas-es-legal

volaron hacia todos los continentes. Según el trabajo de Bernárdez y Padilla (2018) los más utilizados fueron #8M, #8demarzo, #HaciaLaHuelgaFeminista, #NosotrasParamos, #LasPeriodistasParamos, #MediosEnHuelga, #DiaDeLaMujer, #FelizDiaDeLaMujer, #DiaInternacionaldelasMujeres y #ParoInternacionalDeMujeres. Todos partieron de España, a partir del Manifiesto 8M, pero fueron *trending topic* y agenda principal de mujeres, desde Estados Unidos, hasta Chad, Mali o Japón.

Esta investigación también ha descubierto los cuatro o cinco primeros *influencers* que más viralizaron cada uno de esos hashtags. En esas cuentas se ven nombres propios de políticos españoles (Pedro Sánchez, Pablo Iglesias, Manuela Carmena…), artistas y músicos internacionales (Chayanne, Alejandro Sanz, Ricky Martin, Sidonie…) y por supuesto, periodistas (Mónica Carrillo, Ana Pastor, Susana Griso…). Para una investigación futura se antoja imprescindible estudiar los medios de comunicación que también fueron *influencers*: los hashtags partieron de asociaciones feministas y de ciudadanas anónimas. Sin embargo, pasaron a la agenda mediática, al aparecer en los medios y ser mencionados por cadenas de televisión, emisoras de radio, periódicos y revistas en español (*Los 40 Principales*, *El País*, *El Jueves*, *Muy Interesante*, *El Universal*…). La agenda ciudadana se convirtió en agenda mediática y las redes sociales alentaron un nuevo liderazgo social y político. Los líderes, portavoces y creadores de noticias no son ya líderes únicos. Las mujeres decidieron que su huelga del 8M sería noticia y los medios secundaron su huelga, en la vida y en las redes.

4. REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Contamos ya con muchos casos donde podemos comprobar que las redes sociales consiguen movilizar a la gente e intervenir en desarrollo político. Un ejemplo lo ofrece la ilustración que Shepard Fairey realizó para la *Women's March* (Marcha de las Mujeres) del 21 de enero de 2017, en Washington, utilizando el rostro de la fotó-

grafa *freelance* estadounidense de origen bangladesí Munar Ahmed enmarcado por un hijab, estampado con la bandera norteamericana. La ilustración se convirtió en el símbolo de la resistencia contra el Gobierno de Donald Trump[19] y su actitud misógina hacia las mujeres. Este trabajo se encuadraba en un proyecto colectivo, orquestado por la Amplifier Foundation bajo el título "We the People"[20], en el que se invitó a artistas de otras disciplinas artísticas a crear imágenes de rechazo a la agenda política ultraconservadora del presidente. No hay duda de la influencia que pueden tener acciones de este tipo. Como destacan Van de Donk, Loader, Nixon y Rucht (2003: 2), en *Cyberprotest*:

> "Desde las protestas antiglobalización del año 1999, en Seattle, el uso de las ICT por parte de los movimientos sociales ha supuesto un serio desafío para las formas tradicionales de participación política. Internet pone un potencial revolucionario en manos de los movimientos sociales, que pueden dirigirse sin intermediarios a la ciudadanía. Además, el correo electrónico, los sitios web, los foros electrónicos y otras aplicaciones en línea proporcionan herramientas poderosas para coordinar la actividad entre individuos geográficamente dispersos y perfilar una identidad colectiva."

En este sentido, la tecnología digital ha sido juzgada de forma muy positiva por parte de la crítica sociológica, ya que se supone que permite a la ciudadanía activar procesos de "automediación" (Cammaerts, 2012) poniendo en circulación las cuestiones que le preocupan o interesan y hacer sus propios marcos de interpretación (*frames*), construyendo una narrativa propia que puede ser contrahegemónica y crítica. Internet y las redes sociales contribuyen a dar voz a los "sin voz", dándoles la oportunidad de expresar sus ideas e intereses y ejercer un rol oposicional frente a las elites dominantes (Fuchs, 2014) potenciando el pluralismo, ya que nuevas voces alternativas y

---

19 Helmore, E. (23-01-2017). "Munira Ahmed: the woman who became the face of the Trump resistance". *The Guardian*. Recuperado de https://www.theguardian.com/us-news/2017/jan/23/womens-march-poster-munira-ahmed-shepard-fairey-interview

20 "We the People". Amplifier Foundation. Recuperado de https://amplifier.org/wethepeople/

disidentes pueden sumarse al debate público (Margetts, 2013) activando, incluso, nuevas dinámicas de formación de la agenda pública.

Según estas críticas optimistas, cualquier persona puede denunciar situaciones de abuso y corrupción cometidas desde los centros de poder políticos, económicos y mediáticos, visibilizando de esta forma situaciones que antes no trascendían a la esfera pública. De esta fiscalización del poder nace, según Keane (2009), una "democracia monitorizada" en la que los y las activistas se sirven de las tecnologías de la información para "desafiar o alterar los modos dominantes, esperados o aceptados de hacer sociedad, cultura y política" (Lievrouw, 2011: 2). Y lo hacen de dos formas, en el caso español: a través del uso y redifusión en las redes sociales de contenidos ajenos, aunque vinculados con su causa y sus temáticas preferentes, y de la elaboración y difusión de noticias propias (Casero-Ripollés, 2015: 340). No obstante, a pesar de las ventajas, no se puede obviar la amenaza que suponen las informaciones sin contrastar o las *fake news* y que las conversaciones que se producen en estas esferas virtuales están, como en el mundo real, dirigidas por un grupo de usuarios encabezan las corrientes de opinión.

También para el feminismo, Internet es un lugar para la militancia y el activismo (Bernárdez-Rodal, Padilla Castillo, Sosa Sánchez, 2019). Sin embargo, hoy sabemos que las redes producen lo que se ha denominado como "efecto burbuja": un proceso complejo de selección de información porque funciona a varios niveles. Por un lado, tendemos a "exponernos" a la información con la que estamos de acuerdo. Este proceso fue bien estudiado en el pasado con los medios convencionales. Pero también por otro lado, este fenómeno se ha agudizado porque las redes permiten vivir en comunidades relativamente cerradas, ya ni siquiera porque los y las usuarias buscamos en ellas gente que piensa como nosotros, sino porque los motores de búsqueda fabricados por los algoritmos de Google desde el año 2009 (Parisier, 2017), seleccionan por nosotros lo que más nos pudiera interesar, eliminando la información que se supone que no nos interesa o con la que no estamos de acuerdo. En nuestro caso, el peligro del feminismo, es que

se convierta en un movimiento muy exitoso, pero sólo en espacios que ya son feministas (Sánchez-Duarte y Fernández-Romero, 2017). En la práctica, en las redes sociales más populares como Youtube o Twitter se sigue reproduciendo los discursos más sexistas y patriarcales (Giraldo-Luque, Fernández-García, and Pérez-Arce, 2018).

5. EL ANTIFEMINISMO VS EL ACTIVISMO FEMINISTA EN RED

Hay una cosa que llama la atención: el poco éxito del anti-feminismo en las manifestaciones públicas y el gran éxito en las redes, donde los comentarios misóginos están por doquier. El 10 de marzo de 2019, saltó a la prensa la noticia de que una plataforma llamada Women of the World, habían convocado una manifestación con un afán de contrarrestar las propuestas del 8 de marzo. La noticia era que sólo consiguieron convocar doscientas personas en el centro de Madrid, reunidas en torno al lemas como "En femenino sí, y en masculino también". El fracaso de la convocatoria fue evidente.

En las redes sociales, sin embargo, los mensajes anti-feministas son constantes, y las *influencers* española como Barbijaputa, Moderna de pueblo, Flavitabanana o Feminista Ilustrada, reciben ataques y exabruptos continuos. Los mensajes de odio corren por las redes materializados en acoso verbal en el que las mujeres son atacadas por el hecho de serlo. Además de las amenazas de muerte, están las de violación, las agresiones verbales de personas amparadas en el anonimato. Activistas como Pamela Palenciano, ha tenido que soportar la amenaza de ser denunciada por la ultraderecha por estar cometiendo un "delito de odio" por denunciar en un monólogo la violencia de género[21].

Al mismo tiempo, han ido aumentando los *influencers* que tienen el feminismo como el principal objetivo de su trabajo: "Un tío

---

21 https://www.elsaltodiario.com/violencia-machista/pamela-palenciano-recibe-una-avalancha-de-amenazas-por-denunciar-la-violencia-machista-

blanco hetero" o "Cuca Casado", se han hecho famosos en las redes criticando el éxito del movimiento feminista, acusándolo de actuar de forma ventajista, porque en nuestras sociedades las mujeres están en completa igualdad que los hombres. Argumentan que, en todo caso, la lucha a favor de las mujeres debería circunscribiré a países donde las mujeres están "dominadas" como Emiratos Arabes, Irak, Irán, Marruecos o Mongoliz (Yobana Carril)[22] deslegitimando las luchas feministas y desplazándola geográfica y políticamente a países "radicalizados". Mientras tanto, los insultos continúan para todas aquellas que se atreven a levantar la voz en los medios públicos como Twitter o Facebook. Esos insultos y amenazas tienen un fin: hacer callar la voz de aquellas que siguen trabajando por la igualdad y la no-violencia.

El acoso a las mujeres que abren un espacio en la red para criticar el machismo, ha sido una constante. Uno de los casos más conocidos por la valentía que ha mostrado es de Anita Sarkeesian, una joven de origen candiense que decidió abrir una web que exploraba el papel de las mujeres en los videojuegos en el año 2009 con el proyecto Feminist Frequecy. Sarkeesian ha sido no sólo amenzada, sino boicoteada en varios foros. En un país en el que no está prohibido en algunos lugares entrar con armas en los recitos públicos, las amenazas han supuesto una gran limitación para el trabajo de la comunicadora, quien, pese a todo, se ha resistido a hacer lo que se ven obligadas muchas mujeres acosadas en las redes: desaparecer del panorama público[23]. La opción del silencio como única opción para la disidencia, es una estrategia que ha funcionado históricamente para someter a aquellas personas que no estaban de acuerdo con el sistema. Hablar públicamente nos da la opción de encontrar a personas que piensan como nosotros, y a partir de ahí, poder organizarnos en una lucha colectiva (Fotopoulou, 2016).

---

22 En el periódico digital *Vozpópuli*. 27.1.2019.

23 Sarkessian ha publicado los insultos recibidos en Tumbl https://femfreq.tumblr.com/post/10931926982

6. CONCLUSIONES

El planteamiento optimista que ha habido sobre las redes sociales en cuanto a que iban a ser la solución para conseguir un mundo más igualitario y justo, está hoy entredicho (Van Dijck, 2016; Sancho, 2019) El ejemplo de la lucha feminista, es tal vez la que pueda darnos más datos sobre lo que está ocurriendo en este sentido en la vida pública (Sádaba y Barranquero: 2019): visibilidad máxima en los medios, movilización activa por parte de las mujeres, pero la violencia verbal, simbólica, estructural y física continúa en la vida cotidiana. Y es que tendemos a pensar que lo que vemos en los medios, es la realidad. Pero nunca es así. En las posturas más optimistas sobre la extensión de las redes sociales y el final de la desigualdad, había una creencia errónea: pensar que el conocimiento, el saber o lo que a veces llamamos "cultura", son suficientes para cambiar el mundo. Una de las máximas más exitosas de Michael Foucault es que "saber es poder". Estamos todas de acuerdo, pero mucho me temo que en nuestros tiempos el poder no está sólo en el saber. Es más, diría incluso que las élites "intelectuales" de nuestra historia han cumplido un papel de apuntalamiento con lo que algunos han denominado los "poderes duros"[24] de nuestras sociedades. Y es que no hay duda de que el pensamiento foucultiano ha marcado nuestra historia crítica durante los últimos cincuenta años. La importancia que dio a los "saberes", a cómo se organizan, sistematizan o se aplican al cuerpo social, pusieron en evidencia que una sociedad altamente "alfabetizada" por los medios de masas, pero también por la vida académica y los saberes legitimados, era una sociedad auto-regulada a través de las claves del conocimiento que contribuían a legitimar a las élites. Foucault no conoció la emergencia de Internet y el éxito de los saberes "no especializados", de los *influencers* y *youtubers* que exhiben más pasión que conocimiento, más entretenimiento que *expertise*.

---

24 "Poder blando" y "Poder duro", son términos utilizados por Joseph Nye en su libro de 2004, *Soft Power: The Means to Success in Politics*, en el que diferenciaba el poder de la cultura (Soft) de los poderes duros como los poderes económicos o militares.

Las redes nos dan hoy la palabra, pero lo hacen tanto a quienes buscan la igualdad, como a aquellos que quieren mantener un mundo desequilibrado, desigual, o falto de justicia. Las estrategias patriarcales usadas tradicionalmente para mantener a las mujeres "en su sitio", son las mismas que se siguen utilizando en las redes sociales (Amnistía Internacional, 2018; ONU Mujeres (2018). El matonismo contra las mujeres que se atreven a levantar la voz en los medios públicos para reivindicar la igualdad, está hoy bien protegido en el anonimato de las redes sociales. Una vez más, hay que conseguir callar las reivindicaciones a favor de la igualdad con la amenaza física, la violencia verbal, el acoso sexual y moral (Penny, 2017): estrategias impunes en el ciberespacio… esa realidad inmaterial que nos envuelve, pero que también nos conforma y nos da sentido de comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Amnistía Internacional (2018), *#Toxic Twitter. Violenceand Abuse against Women Online.* https://www.amnesty.org/en/latest/research/2018/03/online-violence-against-women-chapter-1/

Bernárdez-Rodal, A.; Padilla Castillo, G. Y Sosa Sánchez, R. P. (2019) "From Action Art to Artivism on Instagram: Relocation and instantaneity for a new geography of protest". *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*. 11-1. Pp. 23-37.

Bernárdez-Rodal, A. y López Priego, N. (2019) "Artivismo en redes sociales: análisis del discurso de las ilustradoras en la huelga de mujeres del 8 de marzo de 2018 en España" en Semova, D.; Aladro, E.: Sosa Sánchez, R. (Ed.) *Entender el artivismo,* Oxford: Peter Lang. Pp. 137-152.

Bernárdez-Rodal, A. y Padilla-Castillo, G. (2019) "Liderazgo feminista en hashtags: etiquetas virales del nuevo debate político y social en España", en Alonso, A. y Langle de Paz, T. *The Time is Now. Feminist Leadership for a New Era.* Argentina: Global Network of UNESCO. Pp. 42-50.

Cammaerts, B. (2012). "Protest Logics and the Mediation Opportunity Structure". *European Journal of Communication*. 27, 2, Pp. 117-134.

Casero-Ripollés, A. (2015). "Estrategias y prácticas comunicativas del activism politico en las redes sociales en España". *Historia y Comunicación Social.* 20 (2) 535-550.

Fotopoulou, A. (2016). "Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism". New Media & Society. 18(6), 989-1005.

Fuchs, C. (2014). *Social Media: a Critical Introduction*. London: Sage.

Giraldo-Luque S.; Fernández-García, N.; Pérez-Arce, C. (2018). "La centralidad temática de la movilización #niunamenos en twitter". *El Profesional de la Información*, 27(1) 96-105.

Keane, J. (2009). *The Life and Death of Democracy*. London: Simon and Schuster.

Kuns, J. R.; et alt. (2018). "Sexism, rape myths and feminist identification explain gender differences in attitudes toward the# metoo social media campaign in two countries". Media Psychology. Pp. 1-26.

Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media. Digital Media and Society Series*. Malden: Polity.

Margetts, H. (2013). "The Internet and Democracy". En Dutton, W. (Ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp 421-437.

Mendes, J. A. (2015). "Hacia una crítica feminista de la sociedad red: más allá de la revolución de la audiencia creativa". *Revista Dígit*os, 1, 37-58.

ONU Mujeres (2018). Grupo Facebook ONU Mujeres. Recuperado de: www.facebook.com/onumujeres?fref=ts

Parisier, E. (2017). *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos,* Madrid: Taurus.

Penny, L. (2017) *Cibersexismo. Sexo, poder y género en Internet,* Madrid: Editorial con Tinta me Tienes.

Sádaba, I.; Barranquero, A. (2019). "Las redes sociales del ciberfeminismo en España: Identidad y repertorios de acción, *Athenea Digital,* 19 (1):e2058.

Sánchez-Duarte, J. M.; Fernández-Romero, D. (2017). "Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter". El profesional de la información, 26 (5) 894-902.

Sancho, G. R. (2019) "Constelaciones performativas y multitudes urbanas: el activismo en red, la sensibilidad feminista y la contrainsurgencia", *Desacatos. Revista de Ciencias Sociales,* Nº 61

Segato, R. L. (2019) *La guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Wajcman, Judy (2004). Technofeminism. Cambridge, MA: Polity Press.

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales,* Barcelona: Siglo XXI.

Van de Donk, W.; Loader, B. D.; Nixon, P. G. y Rucht, D. (Ed.). (2003). *Cyberprotest. New Media, Citizens and Social Movements.* Oxford: Routledge.